

**О. В. Ширяева**  
Майкоп, Россия

**O. V. Shiryayeva**  
Maikop, Russia

# **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЭКСПЕРТ» В ДИСКУРСЕ ДЕЛОВОЙ ПРЕССЫ**

# **REPRESENTATION OF THE CONCEPT "EXPERT" IN BUSINESS JOURNALISTIC DISCOURSE**

**Аннотация.** Анализируется семантика концепта «эксперт»; выявляются лексические и грамматические средства его репрезентации. Исследование осуществляется на материале дискурса современной русской деловой прессы. Социальные рамки делового дискурса определяются пространством профессиональной, повседневной и массмедийной бизнес-коммуникации. Концепт «эксперт» исследуется как один из базовых концептов в деловой картине мира, формирующий представление о трех критериях доверия к информации: истинности, персонализации, авторитетности. Методологическую основу исследования составляют понятия когнитивной лингвистики (Е. С. Кубрякова, З. Д. Попова, И. А. Стернин, Г. Н. Манаенко), теории семантики (Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева), теории дискурса (А. П. Чудинов, Д. В. Гречихин). Анализируя особую разновидность социальной картины мира — деловую — автор статьи соотносит локальное и универсальное, субъективное и объективное в семантике концепта.

**Abstract.** The author analyzes the semantics of the concept "expert"; identifies lexical and grammatical ways of its representation; the object of the research is the contemporary Russian business journalistic discourse. The social frames of a business discourse are defined by the space of professional, daily and mass media business communication. The concept "expert" is investigated as one of the basic concepts in the business picture of the world. The concept is based on three criteria of trust in information: validity, personalization and authority. The methodological foundation of research is made up by cognitive linguistics (E. S. Kubryakova, Z. D. Popova, I. A. Sternin, G. N. Manayenko), semantics theory (N. D. Arutyunova, E. V. Paducheva), and discourse theory (A. P. Chudinov, D. V. Grechikhin). In the course of analysis of a specific kind of the social picture of the world — the business picture of the world — the author correlates local and universal, subjective and objective aspects in the semantics of the concept.

В основе функционирования концепта «эксперт» — единая типовая пропозиция: 'некто (авторитетный) выносит компетентное суждение о предмете'. Данная пропозиция может быть реализована также в юридическом, медицинском, техническом, научном, профессиональном дискурсах. Смысл слова «эксперт» связан с первоначальными значениями «испытание», «проба», «проверка», «опыт». С одной стороны, знание эксперта предстает как «истинное»: достоверное, точное, верифицируемое. С другой стороны, его носителем является человек, а в медиадискурсе это главный источник информации. Поэтому наряду с логическим критерием «истины» приобретает значимость критерий «персонализация» — личная ответственность человека за транслируемое им знание. В лингвотипаже «эксперта» актуализируется также третий важный критерий — авторитетность. Таким образом, соединяя три данных критерия, данный концепт выполняет функцию логико-этической «легитимизации» деловой картины мира.

The concept "expert" functions as the agent in a standard proposition: 'somebody (an authority) states a competent judgment about an object'. This proposition can be also realized in legal, medical, technical, scientific and professional discourses. The origin of the meaning of the word "expert" comes from the meanings "testing", "trying", "checking" and "experience". On the one hand, the knowledge of the expert appears as "true": reliable, exact and verifiable. On the other hand, an expert is a person, and in the media discourse it is the main source of information. Therefore along with the logical criterion of "truth" the criterion of "personalization" (personal responsibility for the knowledge) becomes rather significant. It is in the "language type" of an "expert" that the third important criterion, authority, is realized. Thus, connecting these three criteria, this concept carries out the function of logic-ethical "legitimization" of the business picture of the world.

**Ключевые слова:** медиадискурс; дискурс деловой прессы; деловая картина мира; концепт; эксперт.

**Key words:** media discourse; business journalistic discourse; business picture of the world; concept; expert.

**Сведения об авторе:** Ширяева Оксана Витальевна, кандидат филологических наук, докторант кафедры общего языкознания.

**About the author:** Shiryayeva Oksana Vitaliyevna, Candidate of Philology, Doctor's Degree Applicant of Department of General Linguistics.

Место работы: Адыгейский государственный университет (г. Майкоп).

Place of employment: Adygea State University (Maikop).

**Контактная информация:** 385000, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208.

e-mail: oksana.shiryayeva@gmail.com.

Деловая пресса — явление по историческим меркам относительно новое в русском медиаландшафте. Формирование данного сегмента прессы с собственным дискурсом оказалось возможным лишь в определенной культурно-исторической, экономической и политической ситуации: в условиях развития капиталистической модели общества, т. е. в постсоветский период. Деловая пресса восходит к типу СМИ, известных в западной культуре как business journalism (бизнес-журналистика, деловая журналистика). Исторически первое биз-

нес-издание зафиксировано в США — это «Wall Street Journal». Далее в этом сегменте развивалась история таких западных медиабрендов, как «Financial Times», «Harvard Business Review», «Business Weekly», «Smart Money», «Forbes», «Economist», «Focus Finanzen», «Capital», «La Tribune» и др.

В России развитие деловой прессы было прервано в 1917 г. по причинам несовместимости советского строя, с его плановой экономикой и тоталитарным дискурсом, и предпринимательской деятельности, основанной на зако-

нах свободного рынка и частной собственности. Известны такие деловые дореволюционные издания, как «Купец», «Коммерческая газета», «Мануфактурные и горнозаводские ведомости», «Земледельческая газета», «Биржевые ведомости» и др. (см. историю отечественной деловой прессы: [Боханов 1984; Головкин 2005; Еременко 2006]). За период конца 1990-х — начала 2010-х гг. в российской журналистике определились новые лидеры деловой прессы, позиционирующие себя как СМИ о бизнесе и для аудитории, представленной бизнес-сообществом: газета «Коммерсантъ», журнал «Деньги» (издательский дом «Коммерсантъ»), газеты «Ведомости», «РБК daily», журнал «Эксперт». Деловые СМИ причисляют к так называемой «качественной прессе», четко отделяющей себя от так называемых «глянца» и «желтой прессы».

Хотя тематика деловых СМИ охватывает, помимо профильной (рынки, финансы, экономическая политика), вопросы общества, культуры, стиля жизни, их редакционная политика ориентирована на информационное обслуживание интересов делового сообщества. Селекция и комбинация означающих, конфигурации смысла в текстах деловой прессы аксиологически маркированы. Безоценочность, нейтральность жанровых и стилистических модальностей в СМИ, безусловно, часть негласной профессиональной конвенции журналистики, распространяющейся в первую очередь на новостные тексты [см.: Allan 2004: 22]. Как верно отмечает В. А. Тырыгина, анализируя жанровую стратификацию тем в СМИ, «в тексте того или иного жанра тематизируется не референтная ситуация вообще, а определенный ракурс, определенный угол зрения на референтную ситуацию» [Тырыгина 2010: 252].

Материалы перечисленных выше деловых изданий и составляют тот обширный и относительно монолитный корпус медиатекстов, которые отражают и одновременно формируют современный русский **деловой дискурс**. Ведь «медиадискурс как социально маркированный процесс оперирования информацией в условиях опосредованного масс-медиа широкого публичного диалога не только отражает особенности массового сознания, но и организует его <...> является социально-регулируемым механизмом» [Гречихин 2008: 14]. Социальные рамки делового дискурса включают участников *профессиональной, повседневной и массовой бизнес-коммуникации*. Один из продуктов последнего типа коммуникации и является предметом нашего изучения: в рамках данной статьи мы обозначили его как **дискурс деловой прессы**. Такое ограничение позволяет отделить от печатных СМИ дискурс, порожденный другими технологическими каналами и подверженный сильному воздействию устной коммуникации, а также невербальных (визуально-аудиальных) средств — медиадискурс теле-

видения и радио. Интернет-версии перечисленных СМИ сохраняют единое речевое пространство со своими бумажными аналогами.

В рамках дискурса деловых СМИ мы предлагаем рассмотреть один из дискурсообразующих концептов — «эксперт». Как будет показано, он является одним из базовых в деловой картине мира и составляет одно из необходимых условий успешной массмедийной бизнес-коммуникации, так как формирует представление о трех критериях доверия к информации, к которым относятся: 1) **истинность**; 2) **персонализация**; 3) **авторитетность**.

Методологически важно определиться с терминологическим наполнением ключевых понятий, которыми предстоит оперировать: *картина мира, деловая картина мира, концепт, медиадискурс, дискурс деловой прессы*. Как показывают актуальные дискуссии, наблюдаются разночтения в понимании дефиниций, семантического объема, прагматических контекстов данных понятий [см., напр.: Руссо 2014; Воркачев 2014].

Дискуссионную ситуацию вокруг понятия «языковая картина мира» и «картина мира» достаточно четко очертил М. М. Руссо в статье «Неогумбольдтианская лингвистика и рамки „языковой картины мира“» [Руссо 2014]. Продемонстрировав крайние позиции по вопросу сохранения актуальности гумбольдтианской концепции языка, М. М. Руссо выделил основные направления ее развития: психолингвистическое и лексикологическое. При этом он отметил, что языковая картина мира так или иначе фигурирует в исследованиях «смежных областей» — когнитивной лингвистики, этнолингвистики и даже культурной антропологии [Руссо 2014: 15]. Справедливо мнение исследователя о необходимости осознавать наличие как универсального, так и национального компонента в языковой картине мира, которая может быть, в сущности, заменена понятием «семантическая» или «лексико-семантическая» система языка.

В своей статье мы опираемся на понятие «картины мира», используемое в рамках когнитивной лингвистики, как оно разрабатывалось Е. С. Кубряковой, З. Д. Поповой, И. А. Стерниним, Г. Н. Манаенко, а в понимании антропологического (аксиологического, идеологического) фактора в языке мы занимаем позицию, близкую Н. Д. Арутюновой, Е. В. Падучевой, А. П. Чудинову, Д. В. Гречихину.

Определяющим критерием для вычленения «картины мира» и ее фрагментов при когнитивном подходе является идея о ментальной категоризации (концептуализации) мира, которая репрезентируется как вербально, так и невербально — на уровне жестовых, поведенческих, социокультурных стереотипов. Мир членится сознанием на значимые концептосферы, компоненты которых и образуют «ментальный лексикон» человека, всегда входящего в некую

социальную, этническую общность [Манаенко 2006: 42]. «Ментальный лексикон» представляет категориальную сетку действительности, основанную на концептах — от самых универсальных концептов, таких как пространство, время, истина/ложь, часть/целое, свое/чужое, холод/тепло, до концептов, формирующих дискурсы, исторически обусловленные и преходящие, маргинальные и локальные («локальный дискурс» — термин Г. Г. Хазагеров, описывающий ситуации общения внутри профессиональных или прагматически мотивированных сообществ — например, «диалог врача с пациентом», «полемика ученых на конференции» [Хазагеров 2005: 19]).

Картина мира — понятие, позволяющее, с одной стороны, вычленять из социального массива неидентичные друг другу группы на основании того, что они разделяют одну картину мира. Так, например, вычленяют общность «английская (русская, французская) нация» на основе картины мира носителей данного языка (языковая, или национальная картина мира); говорят о профессиональных и социальных картинах мира, предполагающих определенную «профдеформацию» или социальную маргинализацию, владение неким общим «ментальным лексиконом» и участие в особом дискурсе, поддерживающем локальную идентичность: картина мира медиков, бизнесменов, моряков, музыкантов, картина мира панков, хиппи, хипстеров и т. п. С другой стороны, коммуникация, понимание между людьми разных наций и страт только потому и возможны, что существует единая база ментальных концептов, универсалии сознания.

Анализируя особую разновидность социальной картины мира — деловую, — мы ориентировались на соотношение локального и универсального, субъективного и объективного. Концепт «эксперт», как видится, оптимально подходит для выявления семантической природы производства и рецепции концепта в принципе. Семантика, с одной стороны, охватывает универсалии (знание/незнание, истина/ложь): делать экспертизу, быть экспертом — значит претендовать на осуществление объективно верифицируемых процедур и на владение знанием; с другой стороны, «обслуживает» локальную концептосферу дела, описывающую мир в собственных, субъективно окрашенных категориях: расчет, польза, выгода, эффективность, успех, капитал, рынок. Концепт «эксперт» в деловом дискурсе выполняет функцию этической и логической легитимизации деловой картины мира, обладает мощным ценностно-формирующим потенциалом.

Что мы называем деловой картиной мира? Семантика функционирует таким образом, что словарное значение слова обогащается коннотациями, связанными с социальным опытом, коммуникативным по своей сути, — так формируются исторически актуальные «смыслы».

Попадание слова в тот или иной дискурс может настраивать и перенастраивать его смысл за счет метафоризации, контекстуальных трансформаций семантики. Как справедливо отмечает Н. Ф. Алефиренко, «способ и характер вербализации когнитивных структур определяется типом дискурсивного мышления, имеющего изначально социокультурную основу» [Алефиренко 2005: 8]. Она же пишет о «дискурсивном поведении», синтезирующем в себе ментальное и вербальное. Существовая в пространстве языка, человек постоянно находится на границах и внутри одновременно нескольких дискурсов, но один-два из них сохраняют для языковой личности приоритет. Вычленяя деловую картину мира в общей языковой картине, мы тем самым вычленяем сегмент языкового сознания и речевого поведения, ориентированного на концептосферу «дела».

В новейших диссертационных и монографических исследованиях чаще представлены «экономическая терминосистема» [Пушкарева 2006], отображающая функционирование специализированной лексики в профессиональном контексте, «экономический (медиа)дискурс» (с сосредоточением на лингвопрагматике экономической коммуникации в академической или медиасреде [Степанова 2007; Томашевская 2000], значительно реже — «экономическая картина мира» (К. В. Томашевская). «Деловая картина мира» появляется в некоторых работах, посвященных профессиональной или, шире, деловой коммуникации [Юсупова 2011]. Деловая картина мира зарождается лишь к концу «лихих девяностых», на протяжении которых бизнес ассоциировался по большей части с криминогенными явлениями, циничной поведенческой моделью, необходимостью налаживать «дело» в условиях едва складывающейся юридической базы и рыночной системы. Время «деловой картины мира» наступает в период относительной стабилизации 2000-х гг., когда становятся востребованными процедуры диагностирования, прогнозирования экономических и политических явлений, стратегического планирования, наступает время долгосрочных инвестиций, «длинных денег». Ключевые смысловые характеристики деловой картины мира — предприимчивость, прагматизм, установка на получение выгоды, рациональное восприятие времени, оптимизм, экспансия, управление саморазвитием, конструктивность, коммуникабельность [подр. см.: Ширяева 2012; Ширяева 2013].

Безусловно, экономический, коммерческий прагматизм как тип социального поведения уже был осмыслен в западной теории: он связан с термином *homo economicus* («человек экономический»). Происхождение понятия приписывают Дж. С. Милля, хотя, как отмечает Дж. Перски в статье «Этология человека экономического» («*The Ethology of Homo Economicus*»), тот никогда не использовал это словосочета-

ние: термин появился лишь в дискуссиях вокруг его идей [Perski 1995: 222]. Так, впервые употребление термина зафиксировано в 1888 г. в работе Дж. К. Ингрэма по политэкономии, где он критикует Милля за абстрактность построений, воздвигнутых вокруг не реально существующего, а воображаемого типа «животных, делающих деньги» («money-making animals») [Perski 1995: 222]. Однако сам Дж. С. Милль подчеркивал, что речь идет всего лишь о социальной модели, и, так или иначе, именно он выявил одну из сторон в деятельности и образе мышления цивилизованного человека — в частности, ориентацию на наживу, приумножение капитала, которая может перерасти в самостоятельную ценность.

Для понимания природы деловой картины мира важно, что в рамках экономической теории была сформулирована аксиология, этика, определяющая поведение и, соответственно, дискурс «человека экономического». По сути, речь идет именно о специфической концептуализации мира. В русском деловом дискурсе, развивающемся в 1990—2010-х гг., можно выделить объектную и субъектную семантику деловой картины мира: объектная описывается референцией, связанной с концептами *дело (бизнес), рынок, капитал, проект, деньги, успех*, субъектная — с лингвотипажами (термин В. И. Карасика [Карасик 2009: 176—190]) *бизнесмен, банкир, олигарх, эксперт, консультант*.

При исследовании концепта «эксперт» мы ориентируемся на следующие базовые характеристики понятия концепта: ментальная природа; аксиологическое наполнение; синтез образного и понятийного, диахронического и синхронического компонентов семантики; полиапеллируемость (к концепту можно апеллировать посредством разных уровней языковой системы — лексики, фразеологии, синтаксических конструкций, контекста употребления); двухуровневость семантической структуры: *ядро* (словарные значения лексемы) и *периферия* (коннотации, детерминированные субъ-ективно-прагматическим контекстом).

В основе этимологии лексемы «эксперт» — значения «испытания», «пробы», «проверки», «опыта». Обратимся к словарному описанию:

«В русском языке слово „эксперт“ появилось, возможно, из французского языка в середине 19 века, „экспертиза“ — с начала 20 века.

Первоисточник — латинское слово *expertus*, причастие прошедшего времени от *experior* — „пробую“, „испытываю“, в юридическом аспекте „сужусь“. У слова два корневых истока. Первый: *ex* — вне, **снаружи**, за пределами. Второй: *peritus* — **проверенный**, испытанный, но также и опытный, искусный, квалифицированный. Тот же корень и у слова *experience* — опыт, испытание, опытность. Если суммировать, то эксперт — **умный, благодаря опыту**, а потому надежный и проверенный, в том числе, и извне.

Отсюда известное латинское выражение — *experto creditae* — **верьте опытному**, а так же *expertus metuit* — испытанный опасается. С другой стороны — *experencia fallax, indicium defficile* — опыт обманчив, суждение затруднительно.

Современное значение слова «экспертиза» — исследование специалистом вопросов, требующих специальных познаний в узких областях. Соответственно **эксперт** — это **лицо, обладающее специальными знаниями** и привлекаемое органами расследования, судом или иными государственными и общественными органами для проведения экспертизы» (Н. И. Фокин) [ЭС].

Таким образом, слово «эксперт» — иностранное по происхождению, оно усвоило все оттенки семантики своего латинского первоисточника, а также лексико-семантических вариантов в европейских языках. Анализируя значение и контекст словоупотребления данной лексемы в европейских языках (английском и немецком), мы находим те же смысловые акценты, что и в русском заимствовании.

Так, в английском словаре «Webster» указывается на происхождение от латинского *expertus* через старофранцузский и даются два значения:

1) устар. *experienced* (опытный);

2) *having, involving, or displaying special skill or knowledge derived from training or experience* — наличие, привлечение или демонстрация специальных умений или знаний, имеющих источником обучение или опыт (синоним *proficient* — опытный).

В немецком словаре «Duden» слово *эксперт* (der Experte), также возводимое к латинскому *expertus*, пришедшему через старофранцузский, определяется как «компетентный знаток» (*Sachverständiger*), «специалист» (*Fachmann*), «знаток» (*Kenner*). Синонимический ряд позволяет судить о ядре концепта, описываемого через семы «профессия» («*Fach*»: *Fachgröße, Fachmann, Fachfrau*), «дело» и «знание»/«понимание» (*Sachkenner, Sachkennerin, Sachkundiger, Sachkundige, Sachverständiger, Sachverständige*), «умение», практическое знание (*Kenner, Kennerin, Könnner, Könnnerin*), «мастерство» (*Meister/in*), «авторитет» (*Autorität, Kapazität*). Прилагательные, сочетающиеся с данным словом, вызывают сходные аналогии и в русском словоупотреблении: *unabhängig* (независимый), *ausgewiesen* (засвидетельствованный (экспертом)), *gefragt* (опрошенный), *extern* (внешний), *anerkannt* (признанный), *führend* (ведущий), *international* (международный) [ДО].

История освоения слова «эксперт» в русском языке зафиксирована в словарях иностранных слов. Так, в словаре 1907 г. приводится еще довольно узкое значение, связанное с областью права: «...сведущее лицо, приглашаемое судом для дачи заключений по к.-н. специальному во-

просу, для каких-либо специальных исследований, осмотра и проч.» [ПСИС 1907].

Однако уже в 1933 г. наблюдается генерализация значения, объединившего все виды знаний и компетенций, в которых должен быть «сведущим» эксперт: «сведущее лицо, приглашаемое в спорных или трудных случаях для экспертизы» [СИС 1933]. Немаловажным в данной дефиниции является уточнение прагматической ситуации, в которой реализуется экспертное знание: эксперт «приглашается», т. е. его профессионализм становится фактором социальной коммуникации, в которой нечто требуется публично проверить, засвидетельствовать, подтвердить, оценить.

Спектр семантических значений и выявленный лингвопрагматический контекст позволяют заключить, что в основе функционирования концепта «эксперт» — единая типовая пропозиция: *некто (авторитетный) выносит компетентное суждение о предмете*. Данная пропозиция может быть реализована в различных профессиональных дискурсах: юридическом, медицинском, техническом, научном. В дискурсе деловой прессы указанная пропозиция репрезентирована в лингвопрагматической ситуации *специалист комментирует новость из профессионального сегмента действительности, в котором он компетентен*.

Языковая личность эксперта необходимым образом характеризуется его профессиональными компетенциями: они репрезентируются в описании статуса — должности, профессиональных заслуг, ученой степени, опыта и пр. «Экспертный» дискурс может быть персонализирован как в говорящей личности, так и в коллективном субъекте.

В последнем случае концепт указывает на авторитетную организацию, на которую распространяются указанные требования авторитетного статуса (рейтинговое агентство, информационное агентство, научно-исследовательский институт, авторитетный медиаисточник, независимые организации — статистические, архивные институты), или вербализован в речи, приписываемой анонимной инстанции. Анонимный «эксперт» номинируется лексемами, входящими в ядро (ср.: «эксперты», «экспертное сообщество», «наши эксперты», «команда экспертов», «большинство экспертов») или периферию концепта («аналитики», «специалисты», «участники рынка»), иногда — конкретизируется в номинациях специальностей, экспертных областей («финансисты», «банкиры», «энергетики» и т. п.). Например:

Своими оценками проекта «Сила Сибири» с «Экспертом» поделился **заместитель директора Института экономики и организации промышленного производства СО РАН** Валерий Крюков (Эксперт. 8.09.2014).

Бен Бернанке в своей работе на посту главы ФРС США с 2006 по 2014 год столкнулся с серьезным кризисом в финансовой сфере

страны. И его подход к решению проблем, по мнению многих экспертов, можно назвать инновационным. Так, например, считает Роберт Кан, **ведущий специалист по экономике Совета по международным отношениям, старший экономист совета управляющих ФРС с 1984 по 1992 год** (Эксперт. 1.09.2014).

«Я не раз участвовал в таких переговорах, „Газпром“ всегда предлагает цену ниже себестоимости», — заявил «Эксперту» Рустам Танкаев, **ведущий эксперт Союза нефтегазопромышленников России** (Эксперт. 8.09.2014).

Ослабление рубля довольно сильно беспокоит обеспеченных граждан. «Моих клиентов, а в основном это состоятельные люди, заботят не столько текущие колебания курса рубля, сколько сам тренд на его ослабление, который сейчас значительно усилился. Эти люди постоянно спрашивают, сохранится ли эта тенденция и каковы могут быть пределы падения», — рассказывает **международный финансовый консультант** Исаак Беккер. <...>

Из-за быстрого падения рубля **аналитики Morgan Stanly** недавно повысили прогноз курса доллара на конец года с 36,5 до 38 руб./\$. Их прогноз на конец 2015 г. — 40 руб./\$. К концу следующего года доллар достигнет 39 руб./\$, считает **главный экономист „ING банка“** Дмитрий Полевой. <...>

Курс доллара уже до конца года может превысить 39 руб., прогнозирует **аналитик „Альпари“** Анна Кокорева, но ненадолго — после этого он будет колебаться в коридоре 37—39 руб. (Ведомости. 19.09.2014).

Во II квартале у Ирландии экономика росла быстрее, чем у любой другой страны еврозоны. Это произошло благодаря увеличению экспорта, инвестиций и восстановлению активности в строительном секторе, пишет **Financial Times**. ВВП Ирландии по сравнению с I кварталом вырос на 1,5%, а в годовом выражении — на 7,7%, чего не было с 2007 г., отмечает **Bloomberg**. При этом объеме экономики всей еврозоны с апреля по июнь не изменился.

По словам **министра финансов Ирландии** Майкла Нунана, восстановление ирландской экономики начинает чувствоваться во всех отраслях. По его прогнозам, в этом году ВВП Ирландии вырастет на 4,5%, что значительно превышает другие прогнозы. Как пишет **The Wall Street Journal**, ожидается, что в этом году экономика страны вырастет на 2,1%, а в следующем — на 2,7% (Ведомости. 19.09.2014).

Российские банки смогут справиться с последствиями санкций США и ЕС в краткосрочной перспективе, поскольку их зависимость от фондирования на международных рынках капитала ограничена, но профиль

фондирования и ликвидности всего сектора в долгосрочной перспективе ухудшится из-за роста стоимости заимствований и снижения уровня доверия потребителей, предупреждает **агентство S&P**. <...>

Ограничение доступа на рынки капитала приведет к увеличению дисбалансов профиля фондирования в среднесрочном плане и скажется на способности крупнейших банков финансировать экономику страны: ресурсов может оказаться недостаточно, чтобы делать это в полном объеме, предупреждают **аналитики** (Ведомости. 19.09.2014).

Теперь властям необходимо решить, применять ли более существенные меры, например снижение процентных ставок, или смириться с более медленным экономическим ростом, пишет **The Wall Street Journal**. „Есть нижний уровень, который они не потерпят, — считает **экономист Capital Economics** Джулиан Эванс-Притчард. — Но мы его еще не достигли“. <...>

Если ставки повысятся, банкам придется лучше анализировать риски. По мнению **экономистов**, они станут чаще выдавать кредиты частным заемщикам под более высокие проценты, а не своим основным клиентам — госкомпаниям. <...>

В результате, по словам **чиновников**, Госсовет Китая дал указание НБК предоставить Китайскому банку развития кредит под 4,5 % (что существенно ниже текущих ставок) для целей стимулирования экономики (Ведомости. 16.09.2014).

Как заемщики предполагают решать проблемы с кредиторами в случае возникновения материальных затруднений, в июле этого года выясняли **эксперты Национального агентства финансовых исследований**. „Ситуация катастрофическая“, — рассказывает **руководитель департамента исследований банковского сектора НАФИ** Ирина Лобанова. <...>

**Банкиры** вообще не рекомендуют доводить дело до суда. Официальное обращение в банк — это первое, что нужно сделать. **Финансисты** обещают, что в случае форс-мажора и при задержке выплаты до 30 дней не будут портить кредитную историю клиента, признав это технической просрочкой (Деньги. 15.09.2014).

Без геологоразведки добыча нефти в России будет падать, и быстро. По данным **Ernst & Young (EY)**, для сохранения добычи на уровне 500 млн тонн к 2035 году новые геологоразведочные проекты должны обеспечивать отдачу минимум 160 млн тонн в год, компенсируя снижение добычи на старых месторождениях (Деньги. 8.09.2014).

По информации „Ъ“, УВЗ уже подыскивает себе нового партнера для производства в Юго-Восточной Азии. **Эксперты** считают, что речь может идти прежде всего о китайских производителях.

От санкций в отношении России, иницированных ЕС и США, пострадают в первую очередь не госбанки и госкомпании, а средний бизнес, не имеющий прямого выхода на рынки капитала, — к такому выводу пришли **эксперты рейтингового агентства Standard & Poor's** в специальном обзоре (Коммерсантъ. 4.09.2014).

Таким образом, субъект речи, репрезентирующий концепт «эксперт», может быть классифицирован как «персонализированный» (индивидуальный/коллективный) и «анонимный». Анонимный субъект чаще всего представлен во множественном числе: **аналитики, эксперты, финансисты, банкиры, чиновники, экономисты, большинство экспертов, команда экспертов**. Значительно реже встречаются упоминания анонимного субъекта в единственном числе: такие случаи нетипичны, поскольку сам принцип экспертизы предполагает ответственность источника информации. Как правило, в медиатекстах это обусловлено прагматической ситуацией: интервьюируемый не желает называть себя, но дает согласие на публикацию своего комментария. Таковы все спорные, вызывающие широкий общественный резонанс, конфликтные ситуации — ситуации, связанные с криминальными или политическими событиями, с экономическими скандалами, грозящие в итоге тому, кто сделал заявление, оскорблением репутации, нарушением принципов его информационной или физической безопасности. В таком контексте «эксперт» вербализуется в лексико-семантических вариантах «источник», «неназванный источник», «представитель» (ведомства, министерства, компании и т. п.), «инсайдерская информация», «менеджер (компании)» и пр. Ср.: К 1 января предприятия должны согласовать с Росводресурсами и Росприроднадзором нормативы и планы строительства очистных сооружений, рассказывает **менеджер крупной компании потребительского рынка**. В противном случае грозят не просто штрафы, а остановка предприятий по решению суда, беспокоится он. Нормативы еще не подписаны, но обсуждались на экспертных площадках с марта, говорит **представитель Минприроды**: бизнес был с ними ознакомлен, и у него еще будет время определить свои нормативы и получить разрешения (Ведомости. 14.09.2014).

В некоторых случаях анонимизация субъекта объясняется механизмом перифразы: во избежание повтора уже представленной информации об эксперте используется синонимическая замена. Например: На минувшей неделе **Национальное бюро кредитных историй (НБКИ), Ассоциация российских банков (АРБ) и информационное агентство „МФД-Инфоцентр“** представили исследование, в котором была дана оценка долговой нагрузки россиян с учетом реальных доходов, профессий, возраста и регионов проживания

заемщиков. Авторы обзора пришли к выводу, что сильнее всего сейчас кредиты бьют по карману самых необеспеченных: люди с доходом до 13 тыс. руб. в месяц отдадут банкам 33 % (Деньги. 15.09.2014).

Следует также обратить внимание на средства прагматического представления «экспертов»: какие композиционно-речевые, грамматические конструкции и лексические средства используются для презентации говорящего субъекта, выступающего с «экспертизой».

С точки зрения композиционно-речевой репрезентации дискурс экспертов может быть разделен на два типа: цитация, косвенная речь. Короткие реплики-комментарии эксперта обычно монтируются в авторский текст, а развернутые суждения оформляются отдельным текстом и верстаются как автономная колонка или врезка. Короткий комментарий вводится следующими грамматическими и синтаксическими конструкциями:

– предлог «по» + сущ. с семантикой «источник информации», «оценка»: *по данным, по словам, по прогнозам, по оценкам, по расчетам, по подсчетам, по мнению*;

– глагольная конструкция (субъект «эксперт» + предикат с семантикой «репрезентации речи», «композиционно-смыслового членения речи»): *передает, говорит, пишет, сообщает, рассказывает, отмечает, подчеркивает, обращает внимание, добавляет*;

– глагольная конструкция (субъект «эксперт» + предикат с семантикой «оценки», «перформатива»): *„эксперт“ убежден, уверен, уверяет, пессимистичен, не видит ничего хорошего, опасается, беспокоится, предупреждает, (не) рекомендует, обещает*.

Развернутый комментарий «эксперта» оформляется по тем же правилам, что и основной текст аналитической статьи.

Таким образом, в концепте «эксперт» кодируется та часть деловой картины мира, которая «отвечает» за достоверность транслируемого медиатекстом знания. В данном ментальном конструкте отображены амбивалентные представления о знании. С одной стороны, сведения должны быть объективными (критерий «истины»): достоверными, точными, верифицируемыми. С другой стороны, носителем знания является человек, а в медиадискурсе это главный источник информации. Поэтому наряду с логическим критерием «истины» приобретает значимость критерий «персонализации», т. е. личной ответственности человека за транслируемое им знание. Истинное знание и личная ответственность за него интегрированы в лингвотипаже «эксперта»: здесь подключается третий важный критерий — авторитетность. Соединяющий три данных ментальных критерия, концепт «эксперт» способствует логико-этической «легитимизации» деловой картины мира.

Экспертная модель социальной действительности связана с представлением о специализации знания, сегментировании теоретической и практической жизни на фрагменты, своего рода экспертные зоны. Эти зоны формируются, управляются, изменяются профессионалами (специалистами). Дискурсивный механизм, нуждающийся в разных видах аргументации, запускает здесь топику «отсылки к авторитету». Соответственно, убедительность воздействия медиадискурса основывается на ассоциативной цепочке: авторитетный эксперт — авторитетный автор статьи — авторитетное деловое издание.

Так реализуется главная интенция информационно-аналитического медиадискурса — убедить адресата в истинности знания, транслируемого изданием, создать в сознании адресата модель своего дискурса как открытого мнениям «независимых» экспертов. Поэтому в организации *экспертного дискурса*, входящего в состав дискурса деловой прессы, участвуют и приглашенные эксперты (субжанр комментария), и постоянные, т. е. авторы, являющиеся специалистами в какой-либо профессиональной нише (например, банкир, пишущий о состоянии финансового рынка; ученый, пишущий о проблемах науки, технологий — с таким типом авторов-экспертов постоянно сотрудничает журнал «Эксперт»). Тем самым аналитические СМИ пытаются отвести от себя подозрение в ангажированности, идеологизированности, ведь ядерная сема концепта «эксперт» — *знаток*, соответственно, медиадискурс делового СМИ получает коннотации, свидетельствующие о нем как о профессиональном, объективном, компетентном источнике информации. Работает одновременно, если воспользоваться терминами Г. Г. Хазагеров, «ближняя» и «дальняя» прагматика [Хазагеров 2006: 43].

В применении к исследуемой нами модели медиадискурса «ближняя» прагматика реализует воздействие в рамках «оси интенции»: *я* (автор-адресант) — *ты* (читатель), — «дальняя» — в рамках «оси конвенции»: *я* (автор текста) — *мы* (сообщество авторов, редакция, издание). Проверенный «экспертизой» текст убедительно воздействует на читателя, а атрибуция «экспертный», «экспертное сообщество» распространяется на весь коллектив издания, медиахолдинга, издательского дома. В результате читатель «верит» экспертам — читатель верит дискурсу, ссылающемуся на экспертов. Поскольку, как уже подчеркивалось выше, типовой адресат делового медиадискурса — представитель бизнес-сообщества, воспринимающий деловые СМИ как транслятор актуальной объективной информации в сфере собственной профессии, концепт «эксперт» приобретает в пространстве данного дискурса повышенную аксиологическую значимость.

## СЛОВАРИ

1. *ПСИС 1907* = Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке / сост. М. Попов. 3-е изд. — М., 1907.
2. *СИС 1933* = Словарь иностранных слов / под ред. Т. М. Капельзона. — М. : ГНС, 1933.
3. ЭС = Экономический словарь. URL: <http://dictionary-economics.ru/>.
4. *DO* = Duden Online. URL: <http://www.duden.de/woerterbuch>.

## ЛИТЕРАТУРА

5. *Алефиренко Н. Ф.* Дискурс как смыслопорождающая категория (дискурс и вторичное знакообразование) // Язык. Текст. Дискурс : межвуз. науч. альманах / под ред. Н. Д. Манаенко. — Ставрополь : Изд-во ПГЛУ, 2005. Вып. 3. С. 5—13.
6. *Боханов А. Н.* Буржуазная пресса России и крупный капитал (конец XIX в. — 1914 г.). — М., 1984.
7. *Воркачев С. Г.* Лингвокультурная концептология и ее терминосистема (продолжение дискуссии) // Политическая лингвистика. 2014. № 3 (49). С. 12—20.
8. *Головкин Б. Н.* Деловые издания: информационный менеджмент массовой коммуникации. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005.
9. *Гречихин М. В.* Современный русский медиадискурс: язык интолерантности (на материале языка современных российских СМИ) : дис. ... канд. филол. наук. — Белгород, 2008.
10. *Еременко А. В.* Деловая пресса в России: история, типология, моделирование изданий : автореф. ... канд. дис. — Ростов н/Д, 2006.
11. *Карасик В. И.* Языковые ключи. — М. : Гнозис, 2009.
12. *Манаенко Г. Н.* Информационно-дискурсивный подход к анализу осложненного предложения. — Ставрополь : Изд-во СГПИ, 2006.
13. *Руссо М. М.* Неогумбольдтианская лингвистика и рамки «языковой картины мира» // Политическая лингвистика. 2014. № 1 (47). С. 12—24.

14. *Попова З. Д., Стернин И. А.* Когнитивная лингвистика. — М. : АСТ : Восток — Запад, 2010.

15. *Пушкарева И. А.* Экономическая терминосистема как метаязык описания мир-системы: на примере английского и русского языков : дис. ... канд. филол. наук. — Барнаул, 2006.

16. *Степанова А. Л.* Ориентация на потребление как элемент ценностной структуры личности : автореф. дис. ... канд. психол. наук. — М., 2007.

17. *Томашевская К. В.* Экономический дискурс современника в его лексическом представлении : дис. ... д-ра филол. наук. — СПб., 2000.

18. *Ширяева О. В.* Репрезентация концепта «деньги» в русском деловом информационно-аналитическом медиадискурсе (2010-е гг.) // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2012. № 2. С. 67—70.

19. *Ширяева О. В.* Формирование деловой картины мира в российской деловой прессе 1990—2000-х гг. // Известия Высших учебных заведений Северо-Кавказских регионов. 2013. № 1. С. 89—93.

20. *Хаззагерев Г. Г.* Ось интенции и ось конвенции: в поисках новой функциональности в лингвокультурологических исследованиях // Социологический журнал. 2006. № 1—2. С. 40—62.

21. *Чудинов А. П.* Очерки по современной политической метафорологии : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013.

22. *Чудинов А. П.* Финансовая метафора в современных СМИ // Слово и ключевые смыслы в современных медиа-текстах. — Екатеринбург, 2004. Гл. 4. С. 203—218.

23. *Юсупова И. А.* Обучение устному иноязычному деловому общению студентов вуза : автореф. дис. ... канд. пед. наук. — Н. Новгород, 2011.

24. *Persky J.* Retrospectives: The Ethology of Homo Economicus // The Journal of Economic Perspectives. 1995. Vol. 9, No. 2, Spring. — P. 221—231.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. З. Р. Хачмафова.**